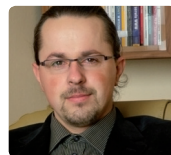


Gabinet widoczny i szanowany w sieci

Dariusz Goźliński



Masowe media elektroniczne obalają bariery czasowe i przestrzenne, umożliwiając ludziom komunikację na masową skalę. Anonimowość Internetu pozwala na nieograniczoną wymianę doświadczeń, ocen i opinii. Internauci poszukują i będą poszukiwać zarówno bezpłatnych porad zdrowotnych, jak i rekomendacji lekarzy, do których warto się udać.

Diabeł wcielony, łapówkarz, rzeźnik, potwór, podły cham – takie opinie o lekarzach można znaleźć w internetowych rankingach, które zachęcają do oceniania specjalistów.

Założenie jest następujące: oceniając lekarza, pomagasz innym pacjentom dokonać właściwego wyboru. Co ważne, **przeważają opinie pozytywne. Stanowią one około trzy czwarte całej treści.** Są i negatywne. Niektórzy lekarze czują się pomówieni – chcą ścigania internautów. Z różnych stron padają sugestie wprowadzenia cenzury, albo przynajmniej portalowej etykiety.

Najwięcej emocji wzbudzają interniści, stomatolodzy, ginekolodzy-położnicy. Zaraz po nich pediatrzy, lekarze rodzinni i chirurdzy ogólni. Przy nazwiskach niektórych specjalistów widnieje kilkaset postów. Wśród negatywnych opinii są szczegółowe opisy lekarskich błędów, szpitalnych sytuacji, przebiegu wizyt, ale i inwektywy.

Kim jest anonim?

Siła oddziaływania witryn do oceniania lekarzy jest ogromna. W jednym z portali, opinii na temat lekarzy szuka miesięcznie 130 tys. internautów. Lekarze mogą więc mieć odczucie, że internetowe rankingi to śmietnik, do którego, pod osłoną anonimowości można wrzucić cokolwiek. Wszystkie opinie widnieją tuż pod pełnym nazwiskiem lekarza, nazwą specjalizacji i danymi adresowymi placówki, w której pracuje.

Czy anonimem jest faktycznie niezadowolony pacjent, a może... lekarz z konkurencyjnego gabinetu? A przede wszystkim, czy lekarze, którym anonimowe oszczerstwa w sposób szczególnie niszczą wizerunek, nie powinni być przed nimi specjalnie chronieni?

Dialog lepszy niż cenzura

Wszelkie pomysły zmierzające do ograniczenia wolności słowa lub cenzury wypowiedzi spotykają się z ostrą reakcją ze strony społeczności internetowej. Zgodnie z ustawą o świadczeniu usług drogą elektroniczną, serwis powinien blokować dostęp do bezprawnych treści, opinii, jeżeli otrzyma urzędową lub wiarygodną informację, że opinia jest bezprawna (np. niezgodna z prawdą). W każdym serwisie pacjenci mają możliwość oceny opublikowanego wpisu. To pomaga w dużej mierze ocenić, czy opinia jest oszczerca, czy nie. Dlatego lekarze mogą żądać usunięcia nieprawdziwych opinii. Sprawy za każdym razem rozpatrywane są indywidualnie i w porozumieniu z osobą, która opinię wystawiła.

Lekarze mają też możliwość publikowania swoich wyjaśnień.

Pozwolić się odnaleźć

Nie ma sensu czekać, aż pacjenci napiszą o naszym gabinecie na którymś z portali. Pozwólm się znaleźć tam, gdzie mamy pełny wpływ na kre-

owanie swojego wizerunku. Pierwszym krokiem jest prezentacja gabinetu i możliwość jego odnalezienia przez osoby poszukujące naszych usług.

Najprościej skierować swoje wysiłki w stronę wyszukiwarki Google. Korzysta z niej około 90% polskich internautów, poszukując odpowiedzi w prawie wszystkich aspektach naszego życia. Wykorzystują do tego precyzyjne zapytania. Szukając gabinetu laryngologicznego, zamiast „lekarz laryngolog” wpisują od razu „lekarz laryngolog Łódź Bałuty”. Mechanizm przeglądarki dostarcza w ten sposób trafniejsze wyniki, dotyczące obszaru i prezentując lokalne firmy za pomocą Mapy Google, co ułatwia wybór konkretnego gabinetu.

Moje miejsce w Internecie

Możemy bezpłatnie zamieścić elektroniczną wizytówkę np. w pkt.pl lub w Miejsca Google. W kilka minut można dodać informacje o naszym gabinecie: jego specjalizacji, godzinach pracy, formach kontaktu... Dostępne statystyki ilości wyszukiwań i kliknięć w nazwę wizytówki można porównać z liczbą nowych pacjentów. Jeśli posiadamy stronę internetową lub blog, internata może na nią przejść zarówno bezpośrednio z wyszukiwarki, jak i z Miejsca Google, czy katalogu firm. Stworzenie własnej witryny internetowej nie musi kosztować tysięcy złotych, bo istnieje wiele darmowych rozwiązań, pozwalających własnoręcznie stworzyć własną stronę. Za pomocą edytora wybieramy tło, dodajemy zdjęć, dane adresowe itp.

Zwiększamy zasięg

Mimo lokalnego charakteru wielu gabinetów, zaistnienie w Internecie staje się standardowym wymogiem dla z informatyzowanych pacjentów. Nie ma żadnych ograniczeń przy inwestycji w reklamę w wyszukiwarkach. Możemy zaczynać z limitem np. 10 zł dziennie. Linki sponsorowane

w Google mają tę wielką zaletę, że płacimy za efekt. Jeśli reklama się pojawia, a nie spowodowała przejścia gościa na stronę naszego gabinetu, jest bezpłatna.

Google AdWords pozwala nam wybrać obszar, w jakim chcemy zaprezentować gabinet. Reklama pojawi się tylko osobom z Łodzi, bo to jest teren naszej działalności. W ten sposób kierujemy przekaz tylko do potencjalnych klientów. Dodatkowa opcja pozwala dodać nasze Miejsce Google na mapie do treści reklamy. Pacjent od razu widzi, gdzie znajduje się reklamowany gabinet. Za samo wyświetlenie nic nie zapłacimy, ale za kliknięcie – już tak.

A gdy i tak napiszą źle

Lekarz pełni funkcje w sferze publicznej, z uwagi na charakter tych funkcji podlega kontroli społecznej. Lekarz nie jest jednak urzędnikiem państwowym i nie może korzystać z takiego poziomu ochrony prawnej. Patrząc z perspektywy wizerunku lekarza na publicznych forach, istotne jest to, co zostało napisane. Poszkodowany, którego dobre imię zostało naruszone, ma prawo wybrać kogo pozywa: właściciela portalu czy autora wpisu. Musi mieć także możliwość dotarcia do tego, kto wystawia oszczercze opinie. Praktyka sądowa pokazuje, że w takich sprawach odpowiedzialność ponosi autor opinii. Na żądanie sądu wydawca zobowiązany jest ujawnić numer identyfikacji danego komputera w sieci. Otwiera to drogę pozwalającą na dotarcie i pociągnięcie do odpowiedzialności autora wpisu.

Prawdziwą sztuką jest jednak prowadzenie dialogu w takiej sytuacji. Pacjenci mogą poznać nas po reakcji w kryzysowych warunkach, tonie wypowiedzi, czy też empatycznej postawie.

Dobrze by jednak było, aby poważnych decyzji, dotyczących swojego zdrowia, nie podejmowali w kontekście anonimowych postów na publicznych forach. ■

INDEX  COPERNICUS

IndexCopernicus™ Journal Master List **2,62 pkt.**